

# PROTESTOLARIN ÇERÇEVELENMESİ: SARI YELEKLİLER VE TÜRK MEDYASI\*

Galip ERAYDIN\*\*

Gönderim Tarihi: 26.02.2020 - Kabul Tarihi: 12.03.2020

Eraydın, G. (2020). "Protestoların Çerçevelemesi: Sarı Yelekliler ve Türk Medyası". *Etkileşim*. 5. 146-168.

## Özet

Fransa'da 17 Kasım 2018'de başlayan Sarı Yelekliler eylemleri 1 yılı aşkın bir süredir devam etmektedir. Fransa'da art arda alınan zam kararları ve ekonomi politikalarına tepki olarak başlayan eylemler sadece Fransa sınırlarında kalmamış; birçok ülkede benzeri eylemler düzenlenmiştir. Gerçekleşen eylemlerde katılım sayıları değişiyor olsa da, gösterilerin bu kadar uzun süredir devam ediyor olmasının Sarı Yeleklilerin bağımsız bir hareket olmasına bağlı olduğu kabul edilmektedir. İnsanların *Facebook* üzerinden etkileşime geçtiği, örgütlendiği ve eylem kararları aldığı Sarı Yelekliler eylemleri, başlangıcında sosyal medyanın etkili olduğu bir toplumsal hareket olarak kabul görülmektedir. Bu çalışmada, Türk basınını temsilen altı gazete örneklem olarak seçilmiş; gazetelerin internet sayfalarında 17 Kasım ile 17 Aralık 2018 tarihleri arasındaki 30 günlük sürede haberler 'çerçeveleme kuramı' kapsamında 'içerik analizi' tekniğiyle incelenmiştir. Gazetelerin eylemler hakkında kaç haber yaptıkları, haberlerde hangi genel ve özel çerçeveleri kullandıkları, hangi başlık türlerini tercih ettikleri, haberlerinin nesnel mi yoksa öznel bir dil ile mi yazıldığı, haberi epizodik mi, tematik mi çerçeveledikleri, hangi kaynakları kullandıkları, haberlerde ne tür görselleri hangi sıklıkta kullandıkları ve *Twitter* hesaplarında eylemlere dair kaç paylaşım yapıldığı, bu çalışmanın cevap aradığı temel sorulardır.

Çalışmada, 'genel çerçeveler' kapsamında gazetelerin en çok 'ekonomik sonuçlar' çerçevesini kullandıkları görülmüştür. 'Özel çerçeveler' kapsamında ise *Bir-Gün* ve *Cumhuriyet*'in en çok 'polis şiddeti'; *Hürriyet* ve *Sabah*'ın 'eylemci şiddet'; *Sözcü* ve *Star*'ın 'genel durum' çerçevesini kullandıkları görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Sarı Yelekliler hareketi, çerçeveleme, Türk medyası, toplumsal hareketler, protesto.

\* Bu çalışma, 2020 yılında Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeni Medya ve Gazetecilik Yüksek Lisans Programında, Prof. Dr. Süleyman İrvan'ın danışmanlığında hazırlanmış olan aynı başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\*\* Gazeteci-Araştırmacı,  
galiperaydin@gmail.com, Orcid: 0000-0003-2885-1889

# THE FRAMING OF PROTESTS: YELLOW VESTS AND TURKISH MEDIA\*

Galip ERAYDIN\*\*

Received: 26.02.2020 - Accepted: 12.03.2020

Eraydın, G. (2020). "Protestoların Çerçeveselmesi: Sarı Yelekliler ve Türk Medyası". *Etkileşim*. 5. 146-168.

## Abstract

Yellow Vests movement, which has started on 17 November 2018, has been going on for more than a year. The movement, which has started in France as a reaction to the consecutive rises, rise decisions and policies of economy, has crossed the borders of France and similar movements were organized in several countries. Although, the number of participants of the movement differ, it is accepted as the fact that the movement has been going on for so long depends on the fact that the Yellow Vests is an independent movement. Yellow Vests movement, in which people interact with each other via *Facebook* and take decisions on organization and action, is considered as a social movement in which social media is determinant at the beginning. In this study, six newspapers were chosen as samples to represent the Turkish press and the news, published on the web pages of the newspapers in between the dates of November 17 and December 17 in 2018, has been analyzed by the 'content analysis method' within 'the framework of framing theory'. How many news articles were published, what general and special frameworks were used, which heading types used, whether the news were written in an objective or subjective perspective, whether the news were framed episodically or thematically, which sources were used, how often and what kind of visuals were used in the newspapers and lastly, how many relevant content were posted in *Twitter* accounts of the newspapers are the fundamental questions that the study seeks to answer.

Through the study, it has been observed that newspapers mostly used the economic consequences framework within scope of the general frameworks. On the other hand, it has been observed that within the scope of the special frameworks, *BirGün* and *Cumhuriyet* mostly used police violence; *Hürriyet* and *Sabah* mostly used activist violence; *Sözcü* and *Star* mostly used general situation framework.

**Keywords:** Yellow Vests movement, framing theory, Turkish media, social movements, protest.

\* This article is derived from the master's thesis with the same title, advised by Süleyman İrvan (PhD), in Üsküdar University, Institute of Social Sciences, New Media and Journalism Master Program in 2020.

\*\* Journalist-Researcher,  
galiperaydin@gmail.com, Orcid: 0000-0003-2885-1889

## Giriş

Birbirinden farklı yaşam tercihleri ve bakış açıları olan bireylerin beklenti ve hedefleri de değişmektedir. Bir başkasının, kendisini etkileyecek şekilde tercihlerinin dışında hayatına müdahale etmesi ya da hayatını etkileyecek söz söylemesi/eylemde bulunması bireyde hoşnutsuzluk yaratmakta, tepkiye neden olmaktadır. İnsan rahatsızlık duyduğu durum/ bir karar /söz karşısında tepki göstererek ya da sessiz kalarak aslında bir protesto gösterisinde bulunmaktadır. Bu 'hoşnutsuzluk paydası'nda buluşan bireylerin, bunu ortadan kaldırmak ya da daha güçlü tepki vermek için bir araya gelişleri de bir toplumsal hareketin başlangıcı olmaktadır. Ortak gayede buluşanlar, ötekini 'bir değişikliğe gitmeye' ikna etmek için ya da kendi rızalarının olduğu mevcut düzene karşı duruşlarından vazgeçirmek için propaganda yöntemlerini kullanmaktadır. Bu 'rıza ve ikna savaşı' içinde propaganda kadar güçlü olan diğer yöntem ise protestodur. Propaganda bir ikna mücadelesinde güçlü ve güçsüz tarafından da kullanılabilen bir yöntemken; protesto daha çok bir güce karşı mücadele eden birey ya da grubun kullandığı yöntemdir. Yeni medya teknolojilerinin gelişimi ile gerek propaganda faaliyetleri gerekse protesto eylemleri çok daha kolay şekilde organize olabilmekte ve amaçlarına ulaşabilmektedir.

17 Kasım 2018'de başlayan ve hızla tüm ülkeye yayılan; birçok ülkeyi de etkileyen Sarı Yelekliler hareketi de sosyal medyanın başlangıç ve devamında etkili olduğu bir yeni toplumsal harekettir. Mevcut ekonomik durum, yapılan zamlar ve hükümete bir protesto olarak başlayan eylemler, ülkede ilk etapta geleneksel medya tarafından görmezden gelinmiş olsa da eylemcilerin tüm gelişmeleri görsellerle beraber anlık olarak yeni medya araçlarında yayımlaması ve yeni eylem çağrılarında bulunması, hareketin dikkate alınmasını kaçınılmaz kılmıştır.

Bu çalışmada, Fransa'da başlayan ve bir yılını doldurmakla beraber hafta sonları gösterilerine devam eden Sarı Yelekliler hareketinin, Türk basınından örneklem olarak tercih edilen *BirGün*, *Cumhuriyet*, *Hürriyet*, *Sabah*, *Sözcü* ve *Star* gazetelerinde nasıl haber olduğu ve haberlerin hangi çerçeveler ile sunulduğu incelenmiştir. Çalışma kapsamında gazetelerin 17 Kasım ile 17 Aralık 2018 tarihleri arasındaki internet sitelerindeki haberleri ve *Twitter* hesaplarındaki paylaşımları incelenmiştir. Çalışmada örneklem olarak seçilen gazetelerin birbirinden farklı yayın çizgilerinde olduğu kabul edilmiş; gazetelerin aynı olayı farklı açılardan değerlendirecekleri düşünülmüştür. Bu çalışmanın varsayımı, Türkiye'yi doğrudan etkilememiş olsa da farklı bir ülkedeki bir toplumsal olayı gazetelerin farklı açılardan görebilecekleri ve bunu okuyucularına farklı çerçeveler ile aktarabilecekleridir.

Bu çalışmada amaç, farklı bir ülkedeki bir toplumsal hareketin, örneklem olarak seçilen gazetelerce Türk okuyucusuna hangi çerçeveler ile sunulduğunun ve gazetelerin aynı olaya hangi perspektiften yaklaştıklarının anlaşılmasıdır.

Bu çalışmanın önemi, çerçeveleme yöntemi ile gazetelerin olaylardaki bazı

öğeleri ön plana çıkarıp, bazılarını görmezden gelerek haberleri takipçilerine birbirinden farklı bakış açılarıyla sunabildiklerinin, takipçilerin kafasında farklı resimler çizilmesine neden olabildiklerinin ortaya konulmasıdır. Bu çalışma ile çerçeveleme teorisinin, Türk medyasından örnek bir araştırma ile daha rahat anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma ile Sarı Yelekliler hareketinin temeli, gelişim süreci ve yeni medyanın eylemlere etkisinin de daha net anlaşılacağı umulmaktadır.

### **Protesto Kavramı, Toplumsal Hareketler, Yeni Medya ve Çerçeveleme**

Varlığını anlamaya çalışan insan, 'öteki'ne bakarak kendini, çevresini ve dünyayı tanımlamaya çalışmış; ötekinin farkına vardığı ilk andan itibaren 'ötekini kabul', 'ötekini ret' ya da 'ötekini kendileştirme' gayretine girmiştir. Bireyin, ötekine olan bu anlamlandırma çabası; kendini tamamlama/anlama gayretinin bir tezahürü olarak kabul edilmektedir. Antik Çağ'da ticari, siyasi ve dini etkinliklerle beraber sanatın yoğunlaştığı ve birçok sosyal olayın geçtiği veya gerçekleştirildiği kentin odak noktası olan 'agora'nın günümüzde yerini yeni medya araçlarına bıraktığını söylemek mümkündür. İlk çağlardan bugüne, güç sahiplerine ya da onların bir kararına/tavrına/algısına/diktasına karşı birey, topluluk ve toplumlar tepkilerini 'protesto' ile göstermiştir. Protestoyu insanların bazı durum ve düşünceleri haksız/yersiz/yanlış görerek buna karşı çıkması; tepkisini sesli ya da sessiz bir şekilde sergilemesi olarak tanımlamak mümkündür. Protestoda gaye, sadece 'kabul etmeyiş' değil; bazen önerilenin aksinin sağlanması ya da mevcut halin devamının da talebi olabilmektedir.

Bireysel protesto hareketlerinin kitleselleşmesi ise bir toplumsal hareket olarak kabul edilmektedir. Küçük ya da büyük ölçekte, her dönemde görülmüş olan toplumsal hareketler, mevcut düzene karşı; ya düzenin topyekün kendisine ya bir bölümüne veya bir uygulamasına karşı 'ortak memnuniyetsizlik' ya da 'ortak beklentiler' temelli insan hareketleri olarak kabul edilmektedir.

Tüm toplumlarda var olan ve kökleri adaletsizlikte yatan toplumsal hareketler, bireylerin adalet özlemiyle karşı koyuş sergiledikleri bir süreç olarak da tanımlanmaktadır (Castells, 2013: 25). Toplumsal hareketleri Sosyolog Gordon Marshall, "Örgütlü halde bir araya gelen dikkate değer bir topluluğun, bazı önermeleri değiştirmek veya değiştirilmesine karşı koymak için çaba harcamaları" (1999: 746); 'Yeni Toplumsal Hareket' (*New Social Movement*) teorisyenlerinden Sosyolog Alberto Melucci, kendi içlerinde ortak bir ilişki ağı olan birey veya grupların sınırlı alanlarda, yine sınırlı dönem için düzenledikleri bir kolektif 'seferberlik hareketi' (1991: 57); Alman Felsefeci ve Sosyolog Jürgen Habermas ise 'sivil toplumun demokratik dönüşüm alanı' olarak tanımlamaktadır (akt. Fleming, 2000: 3). İngiliz Toplumbilimci Anthony Giddens (2012) de toplumsal hareketleri ortak hedefleri olan grupların 'ortak çabası' olarak nitelendirerek, toplumsal hareketlerin pek çok ülkede güçlü bir yurttaş kültürü ve sivil toplum yapısı oluşturarak demokrasiyi yeniden canlandırmaya yardım ettiğini vurgulamaktadır (2012: 918-919). John D. McCarthy ve Mayer Nathan

Zald (1977) ise geliştirdikleri ‘Kaynak Mobilizasyonu’ kapsamında toplumsal hareketi, toplumsal yapının bazı unsurlarını ve/veya toplumdaki mükâfat dağılımını değiştirmeye yönelik bir dizi inanç ve kanaat olarak tanımlamaktadır (1977: 1217-1218).

### **Eski/Yeni toplumsal hareketler ve yeni medya**

Toplumsal seyre yön veren toplumsal hareketler, zaman içinde kapsam ve hedef olarak bir değişime uğramış; bu nedenle hareketler ‘eski toplumsal hareketler’ ve ‘yeni toplumsal hareketler’ olarak iki döneme ayrılmıştır. Başlangıcı yüzyıllar öncesine giden toplumsal hareketlerin, daha organize ve tanımlanabilir olduğu dönemin 19. yüzyılın ikinci yarısı olduğu kabul edilmektedir. Eski toplumsal hareketler, 19. yüzyılda işçi hareketleri ile başlamaktadır. Bu dönemdeki hareketler, ekonomik kaygı motivasyonlu, siyasal iktidar hedefleyen, ağırlıklı işçi hakları çıkışlı hareketlerdir. Yeni toplumsal hareketler ise özellikle 1970’li yıllardan itibaren etkisini gösteren azınlık, çevre, insan hakları, feminist hareketlerini tanımlamak için kullanılmaktadır. Yeni toplumsal hareketlerin sınıf yerine daha çok ‘değer’ temelli olup, eşitlikten ziyade ‘farklılıklar’ üzerine odaklandığını; eski toplumsal hareketlere nazaran bir anlayış farklılığına sahip olduğunu söylemek yerinde olacaktır.

Toplumsal hareketler ile medya/yeni medya arasında karşılıklı bağımlılığın olduğu bir etkileşim bulunmaktadır. Bir toplumsal hareketin, katılımcı sayısını artırması ve sesini duyurması için medya/yeni medya vazgeçilmez araçtır. Geleneksel medyanın bir toplumsal hareketi yansıtmayı, hareketin ömrü ve etkisine yön verebilmekte; hareketin kaderini belirleyebilmektedir. Yeni medya ise geleneksel medyanın bu yön verme gücüne destek de, köstek de olabilmektedir. Yakın geçmişteki toplumsal olaylar dikkate alındığında toplumsal hareketi, yeni medyadaki güçlü söylem ve duruşun, geleneksel medyadaki söylemlere oranla daha fazla etkilediği görülmektedir. ‘Arap Baharı’, ‘Wall Street’i işgal Et’ ve ‘Gezi Parkı Eylemleri’ yeni medyanın toplumsal hareketlere olan etkisini anlamak için en iyi örneklerden sayılmaktadır.

Yeni medyanın sağladığı etkileşim ve veriye kolaylıkla erişim olanağı sayesinde hedef kitle, bir açıklama, görüntü, fotoğraf veya mesajın orijinaline çok kısa bir zamanda ve çok kolay bir şekilde ulaşabilmektedir. Yeni medya araçlarıyla çok daha kolay etkileşime gecebilen, örgütlenebilen bireyler, eski hareketlere oranla daha düşük maliyetlerle çok daha geniş hareket ve hızlı/kolay ifade kabiliyeti kazanmıştır.

Yeni medyanın etkileşim imkânları; sadece bir toplumsal hareketin içinde olanlar için değil; hareketin karşısındaki yani iktidar/güç sahibi/otorite için de kolaylık ve avantajlar sağlamaktadır. Büyük toplumsal hareketlere karşı ‘güç sahibi’, yeni medya kanalları üzerinden açıklamalar yaparak toplumun nabzını düşürebilmekte; hareketin talep ettiği konulara dair kararlarını onlara kolaylıkla ulaştırabilmektedir. Bu anlamda yeni medya, bir toplumsal harekette, hareketin içindeki ve hedefindekiler için vazgeçilmez bir unsurdur.

### Çerçeveleme kuramı

Bir kavram olarak 'çerçeveleme', irdelenen bir konuya dair ideolojik, kurumsal ya da birtakım bireysel seçimlerden dolayı bazı öğelerin/konuların imgeler, kelimeler, görseller, metaforlar, sloganlar, betimlemeler ve çeşitli sunum farklılıkları ile daha görünür hale getirilmesi yani ön plana çıkarılması; bazı öğelerin de 'çerçeve dışında tutularak' arka plana itilmesidir. Çerçeveleme ile alıcıya, konuya dair tutumunu belirlemesi yolunda bir yönlendirme yapılmaktadır.

Çerçeveleme kavramını psikoloji sahasında ilk kullanan kişi olan Gregory Bateson çerçeveyi, 'bir anlamlı eylemler veya mesajlar sınıfı' olarak tanımlamaktadır. Bateson, kavramı bir 'resim çerçevesi' üzerinden açıklayarak; mesajların, çerçeveleme mesajları gibi olduğunu belirtmektedir (Bateson, 1972: 186-187). Toplum bilimi alanında kavramı ilk kullanan Sosyolog Erving Goffman'a (1974: 21) göre çerçeveler; alıcıya, bir somut olayı algılama, onu bir şekilde tanımlama, konumunu belirleme ve onu isimlendirme imkânı vermektedir. Kavramı sosyolojik olarak ele alan Robert M. Entman (1993: 52-53) ise çerçevelerin, mevcut problemleri tanımladığını ve sebeplerini saptadığını, konuya dair ahlaki birtakım yargılarda bulunarak, problemin çözümüne dair önermelerde bulunduğunu belirtmektedir. David Snow ve Robert Benford (2000: 614) çerçevelerin olayları anlamlı hale getirerek eylemi yönlendirme işlevi gördüğünü belirterek 'kolektif eylem çerçeveleri'nin (*collective action frames*) toplumsal hareket organizasyonlarına ilham veren ve onları meşrulaştıran eylem odaklı inanç ve anlam kümeleri olduğunu belirtmektedir.

### Haberde çerçeve

Haber alanında kullanılan çerçeveleme, ele alınan bir konuya ya da konudaki bir görsel veya yazılı bir öğeye, alıcının (izleyici/okuyucu/dinleyici) dikkatinin odaklanması için yapılan vurgulamadır. Çerçevelemede gaye, odaklanılması istenilen konu, cümle, kelime veya görselin fark edilmesi ve bunun akılda kalıcılığının sağlanmasıdır.

Çerçevelemeyi iletişim çalışmalarında uygulayan Gaye Tuchman (1978), haberleri 'dünyaya açılan bir pencere'ye benzeterek, onun çerçeveleri kapsamında izleyicilerin kendileri ve diğerleri hakkında bilgi sahibi olduklarını belirtmektedir. Tuchman, pencerenin büyük ya da küçük olmasının, az ya da çok bölme sahip olmasının, net veya opak olmasının; bir sokak ya da arka bahçeye bakıyor olmasının elde edilen veriyi de etkileyeceğini belirterek, pencerelerdeki farklılıkların sonucu etkilediği gibi haber çerçevelerinin de tartışmaya açık olduğunu belirtmiştir (1978: 1). Amerikalı Sosyolog Todd Gitlin (1980), medya çerçevelerinin 'seçim, vurgu ve dışlama'nın sunum, kavrama, yorumlama kalıpları olduğunu belirtmektedir. Gitlin, sözel veya görsel medya çerçevelerinin, gazetecilere büyük bir bilgiyi, oldukça hızlı ve rutine uygun şekilde hazırlama olanağı verdiğini belirtmektedir (1980: 7).

### Haberde çerçevenin belirlenmesi

Medya mensubunun haberdeki çerçeveyi oluşturma sürecinde, etkisinde olduğu birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar medya mensubunun bağlı olduğu kurumsal yapının siyasi, ekonomik ve kültürel geçmiş ve tercihinden; bireysel tercih ve yargılarına kadar birçok etkenden oluşmaktadır. Haberin toplanma ve sunum aşamasında, okuyucu/dinleyici/izleyicinin neyi görmesi, ne üzerine ve nasıl düşünmesi gerektiği sorunsalı, haberdeki çerçeveyi de belirlemektedir. Haberdeki çerçeve, taraflı bir medya veya medya mensubunun elinde bir 'algı makinesi'ne dönüşebilmektedir. Çerçeveyle oluşturulmak istenen algının dozaj ya da vurgulanmak istenen konunun önemsenme derecesi medya/medya mensubu tarafından belirlenmektedir.

Ne kadar nesnel bir bakış ile yazılmaya çalışılsa da her haberin en az bir insanın zihninden süzüldüğü dikkate alındığında, haberde bir şeylerin ön plana çıkarılmaya çalışıldığı ya da tam aksine var olan detayların aktarılmamış olma ihtimalinin bulunduğu unutulmamalıdır. Bu anlamda her haberde en az bir çerçeve bulunduğunu söylemek mümkündür.

Entman'a (1991: 7) göre haber çerçeveleri, bir haber içinde kullanılan mecazlar, kullanılan anahtar kelimeler, semboller, görseller, kavramlarla oluşturulur ve bir konuya dair farklı anlatılar yani haberler karşılaştırılmadığı müddetçe çerçevelerin tam ve güvenli bir biçimde tespiti zordur.

W. Russell Neuman ve arkadaşları (1992) ise izleyicilerle güncel olaylarla alakalı sunulmuş olan haberler üzerine yaptıkları araştırmada izleyicilerin de 'insan etkisi', 'ekonomi', 'çatışma', 'güçsüzlük' ve 'ahlaki değerler' gibi çerçeveleri çıkarsadığını tespit etmiştir. Neuman ve diğerlerinin bu 5 çerçevenin medya ve izleyiciler arasında yaygın halde kullanılmakta olan çerçeveler olduğunu belirtmekte; insan etkisi çerçevesiyle olaydan etkilenenler üzerine; ekonomi çerçevesiyle kâr ve zarar sonuçları üzerine; çatışma çerçevesiyle haber içindeki tarafların varlık ve söylemleri üzerine; güçsüzlük çerçevesiyle güç sahiplerinin güç sahibi olmayanlar üzerindeki egemenlikleri üzerine ve ahlaki değerler çerçevesiyle de ahlak ve belirli kurallar üzerine odaklanıldığını vurgulamaktadır (Neuman vd. 1992: 60-68).

### Sarı Yelekliler ve Yeni Medya

Fransa'da otomobillerde en çok kullanılan akaryakıt olan mazotun 2018 yılında litre fiyatı, önceki yıla göre yüzde 23 artmıştır. Bu artışla hükümetin 1 Ocak 2019'dan itibaren geçerli olmak üzere benzin ve mazotta yeniden bir fiyat artışına gidileceğini duyurması büyük tepki çekmiştir. Fransa'da son yıllarda üst üste gelen akaryakıt zamları, artan vergiler, mevcut ekonomik durum, Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'un konuşmaları ve yapılan açıklamalar, toplumdaki öfkenin daha çok artmasına neden olmuş; sosyal medya üzerinden örgütlenen yüz binlerce insan 17 Kasım 2018 tarihinde meydanlara inmiştir.

Yakın dönem ses getiren tüm toplumsal hareketlerde olduğu gibi Sarı Yelekliler hareketi de sosyal medya üzerinden organize olmuş; eylemciler yeni medya araçlarıyla birbirleri arasında etkileşime geçerek ortak taleplerine erişim motivasyonlarını artırmış, eylem kararları almışlardır. Sarı Yelekliler hareketinin çıkış noktası, Fransızların en aşına oldukları sosyal medya mecrası olan *Facebook* olmuştur. Bağımsız web analiz şirketi *StatCounter*, Kasım 2018 ile Kasım 2019 arasında Fransa’da yüzde 74,13 ile en çok *Facebook*; yüzde 14,13 ile *Pinterest*; yüzde 5,25 ile *Twitter* ve yüzde 2,65 ile *YouTube* hesaplarının kullanılmış olduğunu rapor etmektedir (*StatCounter*, ty.).

Ghislain Coutard’ın *Facebook*’ta yayımladığı videoyla akaryakıt vergi zamlarına karşı insanlara ‘sarı yelek giyerek tepki göstermeleri’ çağrısının; aktivist Jacline Mouraud’un “Fransa nereye gidiyor?” başlığıyla *Facebook*’ta yayınladığı videonun; Priscilla Ludosky isimli sosyal medya kullanıcısının zamların geri çekilmesi için başlattığı imza kampanyasının ve kamyon şoförü Eric Drouet’nun yine *Facebook*’ta kurduğu ‘Fransa Öfkeli’ (*La France en colère!!!*) grubu ve eylem çağrılarının Sarı Yelekliler hareketinin fitilini ateşlediği kabul edilmektedir.

Eylem sürecinde sadece eylemciler ve polis değil; devlet yetkilileri de sosyal medya araçlarını etkin olarak kullanmış; başta Cumhurbaşkanı Macron olmak üzere Başbakan, Bakanlar ve resmi kurumlar açıklama, duyuru ve kararlarını sosyal medya hesaplarından paylaşmıştır.

Protestocular ilk eylemlerinden itibaren, ülkede her araçta bulunması zorunlu olan sarı yelek giymiştir. Fransa’da sürücüler bu fosforlu sarı yelegi, araçtaki arıza durumlarında, araçtan inerken can güvenliğinin sağlanması amacı ile görünebilir olmak için giymektedirler. ‘Fark edilmek’ için giyilen bu yelek, seslerini duyurmak, taleplerine ulaşmak isteyen eylemcilerin de simgesi olmuş; protestolara katılanlar ‘Sarı Yelekliler’ (*Gilets Jaunes*) olarak anılmaya başlanmıştır (Uyar, 4 Aralık 2018).

Sarı Yelekliler eylemlerinin başlangıcının hiçbir siyasi parti veya oluşumla ilişkili olmaması ve Sarı Yeleklilerin eylemlerin devamında bir parti veya oluşum çatısı altına girmemeleri harekete olan sempatiyi ve katılımı artırmıştır. Sarı Yelekliler eylemleri üzerine yapılan anketler, harekete olan toplumsal desteğin yüzde 69 ila 77 arasında olduğunu göstermiş; her 10 Fransız’dan 8’i Paris’teki şiddet eylemlerini kınadığını söylemiş olsa da, ankete katılanların yüzde 72’si eylemlerin sürmesi gerektiği yönünde kanaat bildirmiştir (Yıldırım, 2019).

Sarı Yelekliler eylemlerinde sistematik olarak zaman zaman artırılan polis şiddetinin katılımcı sayısını düşürmediği, tam tersine katılımcı sayısının yükselmesine; uluslararası sahnede de harekete olan sempatinin artmasına neden olduğu kabul edilmektedir. Bir yılı aşkın süredir devam eden eylemler sürecinde hükümet birçok kez eylemcilerle görüşmüş, eylemcilerin talep ettiği bazı kararları almış, tepki çeken bazı kararları da askıya aldığını duyurmuşsa da eylemciler bunu yeterli görmemiştir. Zaman zaman yolları kapatan, polisle çatışan, araçları ateşe veren, işyerlerine zarar veren ve yine çoğu zaman polis



şiddetine maruz kalan Sarı Yelekliler, Paris ağırlıklı olmak üzere birçok şehirde eylemlerine devam etmektedir.

### **Sarı Yelekliler eylemlerinin 1 yıllık bilançosu**

Neredeyse her hafta sonu ülkenin birçok kentinde düzenlenen eylemler zaman zaman katılımın azalmış olmasına rağmen birinci yılını doldurmuştur. 53'üncü hafta ile bir yılını dolduran eylemlerde 11 kişi hayatını kaybetmiş, 2 bini güvenlik görevlisi olmak üzere 4 bin 500 kişi yaralanmış, 24 eylemci görme yetisini kaybetmiştir. Eylemlerde 10 bin 852 kişi gözaltına alınmış; bunlardan 6 bin 252'si hakkında adli işlem yapılmıştır (Karaca, 2019). Göstericilere şiddet uygulayan 212 polisle ilgili dosya, Ulusal Polis Soruşturma Birimi (IGPN) müfettişlerine gönderilmiş; bunlardan şu ana kadar 146'sı sonuçlandırılmış; 2 polis hakkında işlem yapılmıştır (Arama, 2019).

Sarı Yelekliler eylemlerinin Fransa'ya bir yıllık maliyeti 2,5 milyar euro olmuştur. Sigorta şirketleri süreçte tahrip edilen, zarar gören 13 bin işletmenin zararlarını giderdiklerini, bunun da 230 milyon euroya mal olduğunu duyurmuştur. Yaklaşık 5 bin tüccar, iş yerine kilit vurmamak için devletten para yardımı talep etmiş ve 460 milyon euro tutarındaki sosyal primler ile vergilerin taksitlendirilmesini istemiştir. Yine çeşitli sektörlerden 75 bin çalışan bu süreçte kısmi işsizlik sigortasına başvurmuştur (*Le Progrès*, 15 Kasım 2019).

### **Sarı Yelekliler Eylemlerinin Türk Medyasında Çerçevesi Üzerine Bir Araştırma**

Bu araştırmayla, Sarı Yelekliler toplumsal hareketinin *BirGün*, *Cumhuriyet*, *Hürriyet*, *Sabah*, *Sözcü* ve *Star* gazetelerinde nasıl işlendiği ve hangi çerçevelerle aktarıldığının anlaşılması amaçlanmıştır. Bu amaçtan hareketle gazetelerin olayları nasıl gördüğü ve okuyucusuna nasıl yansıttığının ortaya konulması hedeflenmektedir.

#### **Evren ve örneklem**

Araştırma kapsamında çalışmanın evrenini Türkiye'de ulusal çapta yayın yapan gazetelerin internet siteleri oluşturmaktadır. Türkiye'de ulusal çapta çıkan 20'den fazla gazete bulunmaktadır ve çalışma kapsamında farklı bakış açıları bulunan *BirGün*, *Cumhuriyet*, *Hürriyet*, *Sabah*, *Sözcü* ve *Star* gazetelerinin internet siteleri araştırmanın örnekleme olarak belirlenmiştir.

#### **Yöntem**

Çalışmanın metodolojisi örneklem olarak seçilen gazetelerin internet siteleri ve *Twitter* hesaplarından elde edilen verilerin kullanılmasından oluşmaktadır. Çalışma kapsamında gazetelerin 17 Kasım ile 17 Aralık 2018 tarihleri arasındaki internet sitelerindeki haberleri ve *Twitter* hesaplarındaki paylaşımları

incelenmiştir. Araştırma kapsamında haberlerin kaynakları da incelenmiş, haberde kaynak Anadolu Ajansı (AA), Demirören Haber Ajansı (DHA), İhlas Haber Ajansı (İHA), yabancı ajanslar, kendi muhabiri veya 'belirsiz' ise bunlar tasnif edilmiştir.

Ampirik yöntem bilim kapsamında gerçekleştirilen bu araştırmada altı gazetenin internet sitelerindeki 17 Kasım ile 17 Aralık 2018 dönemindeki Sarı Yelekliler eylemleri hakkındaki haberler, çerçevelerin tespiti amacıyla içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. İnternet sitelerindeki ilgili tarihleri kapsayan haberler, öncelikle sitelerin kendi içlerindeki arama motorları ve arşiv arama sayfaları üzerinden tespit edilmiştir. Bazı gazetelerin arama sayfaları hata verdiği ya da sonuçları tam olarak göstermediği için en popüler iki arama motoru olan *Google* ve *Yandex*'ten de ilgili tarihler arasındaki haberler tespit edilerek araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma kapsamında *BirGün* gazetesinin [www.birgun.net](http://www.birgun.net); *Cumhuriyet* gazetesinin [www.cumhuriyet.com.tr](http://www.cumhuriyet.com.tr); *Hürriyet* gazetesinin [www.hurriyet.com.tr](http://www.hurriyet.com.tr); *Sabah* gazetesinin [www.sabah.com.tr](http://www.sabah.com.tr); *Sözcü* gazetesinin [www.sozcu.com.tr](http://www.sozcu.com.tr) ve *Star* gazetesinin [www.star.com.tr](http://www.star.com.tr) alan adlı internet siteleri incelenmiştir.

### Çerçeveleme ölçüleri

Bu araştırma kapsamında incelenen haberlerdeki genel ve özel çerçeveler ortaya konulmuştur. Patti M. Valkenburg, Holli Semetko ve Claes de Vreese'nin çalışmalarında tespit ettikleri; yine 'çerçeveleme' üzerine çalışan birçok araştırmacı tarafından da kabul edilen 'çatışma, sorumluluk, ahlakilik, insani ilgi ve ekonomik sonuçlar' (Valkenburg vd. 550-569) çerçeveleri, 'genel çerçeveler' olarak kabul edilmiş; haberler bu beş genel çerçeveye göre tasnif edilmiştir.

Araştırma kapsamında incelenen haberlerde üzerinde durulan 'temel konu', 'anahtar kelime' veya 'öne çıkarılan durumlar' kapsamında 'özel çerçeveler' de ortaya konulmuştur. Haberin genelinde öne çıkan 'özel çerçeveler' ve bu çerçeveleri besleyen kelime grupları ayrı ayrı gruplandırılmıştır. Özel çerçeveleri belirlerken kelimelerin kaç kez kullanılmış olmasından daha ziyade neyin daha ön plana çıkarıldığı, konunun anahtar kelimeleri ve neyin üzerinde durulduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Haberde kullanılan fotoğraf ve videolar da bu kapsamda değerlendirilmiştir. Yapılan araştırma kapsamında özel çerçeveler 'polis şiddeti', 'eylemci şiddeti', 'genel durum', 'zafer kazanma' ve 'çağrı' şeklinde gruplandırılmış; bunları oluşturan kelime grupları da ayrıca tasnif edilmiştir. Bazı haberlerde bir, bazılarında birden fazla özel çerçeve tespit edilerek çalışmaya dâhil edilmiştir.

### Bulgular

Haberlerin gazetelere göre dağılımı ile kelime sayıları ve haber başına kelime dağılımına dair analiz sonuçları *Tablo 1*'de yer almaktadır:

Tablo 1. Haberlerin gazetelere göre dağılımı ile kelime sayıları ve haber başına kelime dağılımı

Gazete adı	Haber sayısı	Yüzdelerik dağılım	Kelime sayısı	Haber başına kelime sayısı
<i>BirGün</i>	40	%13,25	11506	287,65
<i>Cumhuriyet</i>	46	%15,23	14037	305,15
<i>Hürriyet</i>	69	%22,85	14086	204,15
<i>Sabah</i>	63	%20,86	13379	212,37
<i>Sözcü</i>	43	%14,24	11190	260,23
<i>Star</i>	41	%13,58	10221	249,29
<b>Toplam</b>	<b>302</b>	<b>%100</b>	<b>74419</b>	

Tablo incelendiğinde Sarı Yeşiller ile ilgili olarak 302 haberin yapılmış olduğu; 69 haberle (%22,85) en çok *Hürriyet* gazetesinin haber yaptığı görülmektedir. *Sabah* gazetesi 63 haber (%20,86); *Cumhuriyet* 46 haber (%15,23); *Sözcü* 43 haber (%14,24); *Star* 41 haber (%13,58) yapmıştır. Eyleme dair en az haberi 40 haber (%13,25) ile *BirGün* yapmıştır. Yapılan araştırmada *Cumhuriyet* gazetesinin haberlerde daha fazla detaya yer verdiği; *Hürriyet* gazetesinin ise haber metinlerini en kısa tutan gazete olduğu görülmüştür.

Gazetelerin internet sitelerindeki haberlerde kullanılan genel çerçevelerin gazetelere göre dağılımlarına dair analiz sonuçları Tablo 2’de yer almaktadır:

Tablo 2. Haberlerde kullanılan genel çerçevelerin gazetelere göre dağılımı

Gazete	Ekonomik sonuçlar	Çatışma	Sorumluluk	İnsani ilgi	Ahlakilik	Toplam
<i>BirGün</i>	34	24	32	4	1	95
<i>Cumhuriyet</i>	34	30	8	8	4	84
<i>Hürriyet</i>	60	45	9	11	4	129
<i>Sabah</i>	54	38	3	17	7	119
<i>Sözcü</i>	42	32	8	3	3	88
<i>Star</i>	40	30	16	2	3	91
<b>Toplam</b>	<b>264</b>	<b>199</b>	<b>76</b>	<b>45</b>	<b>22</b>	

Tablo 2 incelendiğinde haberlerde en çok ‘ekonomik sonuçlar’ (264) çerçevesi kullanıldığı görülmektedir. Araştırma kapsamında gazetelerin, eylemlerin başlama nedeni ve ilerleyen süreci Macron’un açıklamaları, hükümetin ekonomi politika ve kararlarıyla bu kararların sonuçlarına dayandırdığı görülmüştür. Yine gazetelerin eylemlerin ekonomiye etkisi ve ekonomik sonuçlarına da sıkça yer verdikleri görülmüştür. Eylemler öncesi ve eylem sürecinde tarafların

yaptığı karşılıklı açıklamalar ve eylemlerdeki şiddet öğeleri 'çatışma' çerçevesi içinde değerlendirilmiş, haberlerde 'ekonomik sonuçlar' çerçevesinden sonra en çok 'çatışma' (199) çerçevesinin kullanıldığı görülmüştür. Eylemleri hazırlayan sürecin sorumlusu veya gelişmelerdeki sorumlular da haberlerde 'sorumluluk' (76) çerçevesi ile işlenmiştir. Haberlerde eylemlerin toplum, grup ve bireylere dair etkilerinin de 'insani ilgi' (45) çerçevesi ile aktarıldığı görülmüştür. Haberlerde, özellikle siyasilerce dile getirilen pişmanlık ifadeleri, eylemlere dinsel yaklaşım ve tepkiler 'ahlakilik' (22) çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Haberlerde kullanılan özel çerçevelerin gazetelere göre dağılımlarına dair analiz sonuçları *Tablo 3*'te yer almaktadır:

*Tablo 3. Haberlerde kullanılan özel çerçevelerin gazetelere göre dağılımı*

	<i>BirGün</i>	<i>Cumhuriyet</i>	<i>Hürriyet</i>	<i>Sabah</i>	<i>Sözcü</i>	<i>Star</i>	<i>Toplam</i>
<b><i>Polis şiddeti (Toplam)</i></b>	<b>44</b>	<b>34</b>	<b>28</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>144</b>
Polis, jandarma, güvenlik güçleri, çevik kuvvet, polis şiddeti, polis saldırısı	14	14	11	9	5	3	56
Biber gazı, gaz, gaz bombası, göz yaşartıcı gaz, ses bombası	12	5	5	3	3	2	30
Tazyikli su, TOMA	7	5	4	3	2	1	22
Darp etmek, gözaltı, müdahale, sert müdahale, güç kullanmak,	11	10	8	3	2	2	36
<b><i>Eylemci şiddeti (Toplam)</i></b>	<b>20</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>34</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>148</b>
Polisle çatışma, eylemciler şiddet	1	4	14	11	6	6	42
Taş atma, demir, bilye atma	1	1	1	1	-	-	4
Ateşe verme, araba yakma, çöp konteyneri yakma	1	4	4	3	1	1	14
Zarar verme, barikat, yağmalama, maddi zarar, önlem, şiddet kaygısı	1	3	9	10	9	11	43
Grup, gösterici, eylemci, protestocu	6	6	3	3	2	1	21
Protesto, Darbe, eylem, sokaklar karıştı	10	4	3	6	3	2	28

<b>Genel durum (Toplam)</b>	<b>32</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>31</b>	<b>170</b>
Eylem büyüyor, eylem yayılıyor, blokaj eylemleri, eylem kararlılığı	4	9	8	6	3	16	46
İsyan, kaos, öfke, şiddetli çatışmalar, gerginlik, savaş alanı, tepki, kriz, OHAL	17	16	12	12	16	9	82
Umutsuzluk, hayal kırıklığı, kararsızlık, memnuniyetsizlik	5	3	2	5	5	3	23
Umut, çözüme kavuşma	2	2	5	-	-	-	9
Direniş	4	-	-	-	-	-	4
İkiyüzlülük	-	-	-	3	-	3	6
<b>Zafer kazanma (Toplam)</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>22</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>65</b>
Eylemciler kazandı, eylemci zaferi	3	6	16	6	7	2	40
Macron geri adım attı, Macron haksız, hükümet geri adım attı	3	7	6	5	3	1	25
<b>Çağrı (Toplam)</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>59</b>
Eylem çağrısı, dayanışma, destek	9	12	5	6	5	5	42
Sükûnet çağrısı, eylemsizlik çağrısı, önlem çağrısı	6	2	1	5	2	1	17
<b>Genel Toplam</b>	<b>117</b>	<b>113</b>	<b>113</b>	<b>100</b>	<b>74</b>	<b>69</b>	<b>586</b>

Tablo incelendiğinde 6 gazetenin en çok ülkedeki mevcut durumu ve eylemlerin gidişatını ortaya koyan 'genel durum' (170) çerçevesini kullandıkları görülmektedir. Gazeteler 148 kez 'eylemci şiddeti', 144 kez de 'polis şiddeti' çerçevesini kullanmıştır. Sürecin kazananı ve kaybedeni üzerine odaklanan 65 haberin 'zafer kazanma' çerçevesiyle aktarıldığı görülmüştür. İçeriğinde eylemlere yönelik katılma/katılmama ve sükûnet çağrılarını barındıran haberler ise 'çağrı' (59) çerçevesiyle sunulmuştur.

*BirGün* gazetesinin, 'polis şiddeti' (44) çerçevesini diğer gazetelerden daha çok; 'eylemci şiddeti' (20) çerçevesini en az kullanan gazete olduğu görülmektedir. *Cumhuriyet* gazetesi, *BirGün*'den sonra 'polis şiddeti' (34) çerçevesini en çok kullanan gazetedir. *Hürriyet* gazetesinin 'çağrı' (6) çerçevesi dışında, kullandığı diğer 4 çerçeve arasında sayısal olarak büyük bir fark yoktur. *Sabah* gazetesi 'eylemci şiddeti' (34) çerçevesini en çok kullanan gazetedir. *Sözcü* gazetesinin, şiddet vurgusundan önce eylemin genel seyri ve tepkileri aktardığı; gazetenin en çok 'genel durum' (24) çerçevesini kullandığı görülmüştür. *Sözcü* kendi içinde en çok 'genel durum' çerçevesini kullanmış olsa da, diğer gazete-

lerle kıyaslandığında bu çerçeveyi en az kullanan gazetedir. *Star* gazetesi 'polis şiddeti' (8) çerçevesini en az kullanan gazetedir. *Star* da *Sabah* gibi 'ikiyüzlülük' kelime grubunu 3 kez kullanmıştır. *Star*, Fransa'nın, Türkiye'deki Gezi Parkı eylemleri sırasında eylemcilere 'özgürlük' ve 'insan hakları' üzerinden destek verdiğini ancak Paris'te kenti 'yakıp yıkan' eylemcilere çok sert müdahalede bulunduğunu vurgulayarak, Fransa'nın bu tutumunu 'ikiyüzlülük' olarak nitelendirip bunu 'genel durum' çerçevesiyle aktarmıştır (*Star.com.tr*, 26 Kasım 2018). *Sabah* gazetesi, Gezi Parkı eylemleri için 'barışçıl eylemler' ifadesini kullanan ancak Sarı Yelekliler eylemlerine katılan göstericileri ise 'terörist' olarak tanımlayan Fransız medyasının ikiyüzlülük yaptığını vurgulamıştır (11 Aralık 2018). Gezi Parkı eylemleri sırasında sürekli canlı yayın yapan uluslararası medyanın da Paris'teki olayları görmezden geldiği belirtilmiştir (Kaplan, 2018).

Haberde kullanılan başlık türlerinin gazetelere göre dağılımına dair analiz sonuçları *Tablo 4*'te yer almaktadır:

*Tablo 4. Haberde kullanılan başlık türlerinin gazetelere göre dağılımı*

<b>Gazete</b>	<b>Betimleyici</b>	<b>Yorumlayıcı</b>	<b>Alıntı</b>
<i>BirGün</i>	20	11	9
<i>Cumhuriyet</i>	31	15	0
<i>Hürriyet</i>	41	22	6
<i>Sabah</i>	38	22	3
<i>Sözcü</i>	28	12	3
<i>Star</i>	23	15	3
<b>Toplam</b>	<b>181</b>	<b>97</b>	<b>24</b>

Haber başlıklarında kullanılan dil ve kelimelerin aktarım yöntemi dikkate alınarak yapılan incelemede, başlıklarda en çok mevcut durumu ortaya koyan 'betimleyici' (181) türün kullanıldığı görülmüştür. Daha öznel bir bakış açısıyla yazıldığı kanaatine varılan 97 haber başlığı ise 'yorumlayıcı' tür altında değerlendirilmiştir. 24 haberde ise direkt haber kaynağındaki kişi veya kurumun ifadelerinin başlığa taşındığı görülmüş, bunlar da 'alıntı' türü altında değerlendirilmiştir.

Gazetelerin haberlerdeki yaklaşım dağılımına dair analiz sonuçları *Tablo 5*'te bulunmaktadır:

*Tablo 5. Gazetelerin haberlerdeki yaklaşımının dağılımı*

<b>Gazete</b>	<b>Nesnel</b>	<b>Öznel</b>
<i>BirGün</i>	31	9
<i>Cumhuriyet</i>	39	7
<i>Hürriyet</i>	69	0

<i>Sabah</i>	58	5
<i>Sözcü</i>	43	0
<i>Star</i>	35	6
<b>Toplam</b>	<b>275</b>	<b>27</b>

Çalışma kapsamında haberlerdeki anlatım dili de incelenmiş; haberler 'nesnel' ve 'öznel' olarak kategorize edilmiştir. Yapılan inceleme neticesinde 275 haberin nesnel; 27 haberin ise öznel bir yaklaşımla hazırlandığı kanaatine varılmıştır.

Shanto Iyengar'ın (1994: 2-3) televizyon haberlerinin konuları işleyiş şekli üzerinden ortaya koyduğu epizodik ve tematik haber çerçeveleri, araştırma kapsamındaki haberlerde de analiz edilmiş; haberin geneli dikkate alınarak, ağır basan çerçeve saptanmıştır. Haberlerde ağır basan epizodik/tematik çerçevelerin dağılımına dair analiz sonuçları *Tablo 6*'da yer almaktadır:

*Tablo 6. Haberlerdeki çerçevelerin genel dağılımı*

<b>Gazete Adı</b>	<b>Epizodik (olay odaklı) haber çerçeveleri</b>	<b>Tematik (konu odaklı) haber çerçeveleri</b>
<i>BirGün</i>	31	9
<i>Cumhuriyet</i>	38	8
<i>Hürriyet</i>	60	9
<i>Sabah</i>	58	5
<i>Sözcü</i>	37	6
<i>Star</i>	32	9
<b>Toplam</b>	<b>256</b>	<b>46</b>

Olayların veya olaylara dair açıklamaların ön plana çıkarıldığı haberlerin 'epizodik'; bir olaydan ziyade olgu üzerinden süreci işleyen haberlerin ise 'tematik' çerçevede olduğu kabul edilmiştir. *Tablo 6* incelendiğinde haberlerde ağırlıklı olarak 'epizodik' (256) haber çerçevelerinin kullanıldığı görülmektedir. Tabloda 46 haberin ise 'tematik' çerçevede olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmada gazetelerin daha çok olaylar ve olaylara dair açıklamalar üzerine haberler hazırladığı; genel durumu ve süreci ortaya koyan haberlerin ise daha az sayıda olduğu görülmüştür.

Haber kaynaklarının gazetelere göre dağılımı ve kaynakların kullanım oranlarının yüzdelik dağılımlarına dair analiz sonuçları *Tablo 7*'de bulunmaktadır:

Tablo 7. Haber kaynaklarının gazetelere göre dağılımı

Haber kaynağı	Gazete adı						Toplam	Yüzdeler dağılımı
	BirGün	Cumhuriyet	Hürriyet	Sabah	Sözcü	Star		
AA	3	7	28	21	14	24	97	%31,60
Belirsiz	34	9	14	27	19	11	114	%37,13
DHA	0	2	11	5	4	1	23	%7,49
İHA	0	8	12	5	4	4	33	%10,75
Kendi muhabiri	3	13	0	3	1	1	21	%6,84
Yabancı ajans	0	8	5	3	3	0	19	%6,19
<b>Toplam</b>	<b>40</b>	<b>47</b>	<b>70</b>	<b>64</b>	<b>45</b>	<b>41</b>	<b>307</b>	<b>%100</b>

Tablo 7 incelendiğinde 114 haberin (%37,13) kaynağının belirsiz olduğu; 97 haberle (%31,60) en çok AA'nın haber kaynağı olarak tercih edildiği görülmektedir. Haberlerde İHA'nın 33 (%10,75), DHA'nın 23 (%7,49), yabancı ajansların ise 19 kez (%6,19) kaynak olarak kullanıldığı görülmektedir. 21 haberin (%6,84) kaynağının ise gazetelerin kendi muhabirleri olduğu görülmektedir.

Haberlerde fotoğraf ve video kullanımı dağılımına dair analiz sonuçları Tablo 8'de yer almaktadır:

Tablo 8. Haberlerde fotoğraf ve video kullanımı dağılımı

Gazete	Fotoğraflı	Videolu	Yazılı
BirGün	35 (galeri yok)	2	3
Cumhuriyet	43 (8 galeri)	3	0
Hürriyet	59 (5 galeri)	7	3
Sabah	52 (7 galeri)	10	1
Sözcü	38 (3 galeri)	5	0
Star	39 (galeri yok)	1	1
<b>Toplam</b>	<b>266</b>	<b>28</b>	<b>8</b>

Tablo 8 incelendiğinde gazetelerin haberlerini en çok fotoğraflı (266) olarak hazırladığı görülmektedir. İncelenen haberlerin 28'inin videolu; 8'inin ise sadece yazılı olduğu görülmüştür.

Gazetelerin Twitter hesaplarında araştırmaya esas tarihler arasında Sarı Yelekliler üzerine paylaşımlarına dair analiz sonuçları Tablo 9'da yer almaktadır.



dır. Veri, *Twitter* üzerinde 'Sarı Yelekliler' kelimeleriyle yapılan 'detaylı aramaya' elde edilmiştir:

Tablo 9. Gazetelerin *Twitter*'daki paylaşımları

Gazete adı-Kullanıcı adı	Tweet sayısı	Yüzdelerik dağılım
<i>BirGün</i> - @BirGun_Gazetesi	34	%26,15
<i>Cumhuriyet</i> - @Cumhuriyetgzt	47	%36,15
<i>Hürriyet</i> - @Hurriyet	6	%4,62
<i>Sabah</i> - @Sabah	13	%10,00
<i>Sözcü</i> - @gazetesozcu	15	%11,54
<i>Star</i> - @Stargazete	15	%11,54
<b>Toplam</b>	<b>130</b>	<b>%100</b>

Tablo 9 incelendiğinde konuyla alakalı olarak gazetelerin *Twitter* hesaplarından toplam 130 tweet paylaşıldığı görülmektedir. Araştırma sonucunda, araştırmaya esas tarih ve başlık kıstasında *Cumhuriyet* ve *BirGün* gazetelerinin, diğer gazetelere oranla *Twitter* hesaplarından daha çok paylaşımda bulunduğu görülmüştür.

## Sonuç ve Değerlendirme

Ortak bir alanı paylaşan ya da ortak hedefte buluşan bireyler ise tercihlerinin kabulü için diğerlerini iknaya çabalar; ki bu da bir propaganda sürecidir. Süreç sonunda tercihleri onananlar mevcut hali koruyup iyileştirmek için çabalarken; tercihleri kabul görmeyenler durumu ya kabul ya da protesto eder. Birden çok bireyin katılımıyla ortak hedefe erişim için yapılan protestoyla toplumsal hareket başlamaktadır. Hedef, kapsam, örgütlenme ve uygulama sürecindeki farklılıklar nedeniyle toplumsal hareketler eski ve yeni olarak ayrılmış; toplumsal hareketler özellikle yeni medya araçlarıyla yepyeni bir form almıştır.

Fransa'da 17 Kasım 2018'de başlayan Sarı Yelekliler hareketi de yeni medyanın etkin rol oynadığı yeni bir toplumsal hareket olarak kabul edilmektedir. Ülkedeki ekonomik gidişat ve hükümet politikalarından rahatsız olanlar *Facebook* üzerinden etkileşime geçmiş; organize olmuş ve hareket kararları almıştır. Sürecin tetikleyicisi olan yeni medya, yine sürecin devamında hareket üyelerinin dünyaya seslerini sansürsüz şekilde duyurabildikleri alan olmuştur. Kısa sürede hızla büyüyen ve tüm ülkeye yayılan eylemler birçok ülkede de gruplara ilham olmuş; benzeri eylemler İngiltere, Belçika ve Hollanda gibi birçok ülkede düzenlenmiştir.

Bu çalışmada, benzeri Türkiye'de yapılmamış olan Sarı Yelekliler eylemlerinin örneklem olarak alınan *BirGün*, *Cumhuriyet*, *Hürriyet*, *Sabah*, *Sözcü* ve *Star* gazetelerinde nasıl işlendiğinin; hangi çerçevelerden sunulduğunun anlaşılma-

sı amaçlanmıştır. Çalışmanın varsayımı, örneklem olarak seçilen altı gazetenin aynı olayı farklı çerçevelerle sunabilecekleriydi. Gazetelerin internet sitelerinde 17 Kasım ile 17 Aralık 2018 tarihleri arasındaki 302 haber içerik analizi tekniğiyle incelenmiş; sonuçlar tablolar halinde çalışmaya eklenmiştir. Çalışma neticesinde gazetelerin, Sarı Yelekliler eylemlerini farklı çerçevelerden aktardıkları; bazı öğeleri görmezden geldikleri, bazılarının ise özellikle vurguladıkları görülmüştür. Araştırma neticesinde, çalışmanın varsayımının doğrulandığı görülmüştür.

Çalışma kapsamında öncelikli veri kaynağı olan gazetelerin internet siteleri incelenmiş. Yapılan incelemede gazetelerin internet sitelerinin arama ve arşiv sayfa yeteneklerinin değiştiği; bazı sitelerin kullanışlı, bazılarının ise kullanışsız olduğu görülmüştür. Gazetenin arşivdeki haberlerine kolaylıkla ulaşılması bakımından *BirGün* gazetesinin internet sitesinin diğer beş gazeteden çok daha kullanışlı olduğu görülmüştür. Gazeteler arasında arşiv ve arama hususunda en çok zorlanılan gazete *Cumhuriyet* olmuştur. Araştırma sürecinde ilgili tarih aralığındaki haberler ayrıca arama motorları *Google* ve *Yandex* üzerinden de filtrelenerek taranmış ve araştırmaya dâhil edilmiştir.

Sarı Yelekliler hareketine dair, araştırmaya esas tarihler arasında en çok *Hürriyet* gazetesinin (69) haber yaptığı; gazetenin süreci nesnel bir dil ile aktarmaya çalıştığı görülmüştür. *Hürriyet* haberlerinde 129 genel, 113 özel çerçeve tespit edilmiştir. Süreci tüm gazeteler gibi ağırlıklı olarak 'ekonomik sonuçlar' (60) çerçevesinden değerlendiren gazete 'insani ilgi' çerçevesini 11 kez kullanarak, *Sabah* gazetesinin (17) hemen ardından, bu çerçeveyi en çok kullanan gazete olmuştur. Haberlerinde daha çok sıcak gelişmelere odaklandığı görülen *Hürriyet*'in, haber metinlerinde Sarı Yelekliler hareketinin gelişimi veya önceki eylemlere dair bilgi derlemelerini çok fazla kullanmadığı görülmüştür. Haber metinleri de diğer gazetelere oranla daha kısa kalan *Hürriyet*, haber başına en az kelime kullanan gazetedir. Bu haberlerle ilgili daha fazla detay görmek isteyen ya da olayın geçmişini merak eden *Hürriyet* okuyucusunun başka kaynaklara yönelmek zorunda kalmış olmaları muhtemeldir. Birçok haberinde eylemlerdeki çatışma unsurları ve sıcak gelişmelere odaklandığı görülen gazetenin, tarafların şiddet hareketlerini her haberinde net olarak ifade ettiği görülmüştür. 'Eylemci şiddeti' çerçevesini *Sabah*'tan sonra en çok kullanan gazete olmasına karşın, 'eylemciler kazandı, eylemci zaferi' (16) kelime grubunu da en çok kullanan gazete olan *Hürriyet*'in sürece tarafsız bir gözle yaklaşmaya çalıştığı kanısına varılmıştır.

Eylemlerle ilgili 46 haber yapan *Cumhuriyet*'in 'ekonomi' çerçevesini 34, 'çatışma' çerçevesini ise 30 kez kullandığı görülmüştür. *Cumhuriyet* bu iki çerçeveyi birbirine en yakın oranlarda kullanan gazetedir. *Cumhuriyet* 84 genel; 113 özel çerçeve kullanmıştır. *Cumhuriyet*, en çok kendi muhabirinden (13) haber alan gazetedir. *Cumhuriyet* haber başına 305,15 kelimeyle haberlerinde 'en çok sözcük kullanan' gazetedir. Gazetenin *BBC Türkçe*'den de haberler kullandığı; bu haber metinlerinin uzun ve detaylı olduğu görülmüştür. *Cumhuriyet*'in ey-

lemleri en çok 'polis şiddeti' (34) çerçevesiyle aktardığı görülmüştür. *Cumhuriyet*'in haberlerinde daha çok polis şiddeti üzerine vurgu yaptığı; 'Macron geri adım attı, Macron haksız, hükümet geri adım attı' ve 'eylem çağrısı, dayanışma, destek' alt sözcük gruplarını en çok kullanan gazete olduğu görülmüştür. *Cumhuriyet*'in haberlerinde daha çok 'eylemci taraflı' olduğu kanısına varılmıştır.

Sarı Yelekliler hareketi ve eylemlere dair 40 haberi bulunan *BirGün* gazetesinin 95 genel, 117 de özel çerçeve kullandığı; özel çerçeveyi en çok kullanan gazete olduğu görülmüştür. Gazete, çoğu haberinde eylemlerin nedeni olarak Macron hükümetini işaret etmiş; ekonomi politikalarını vurgulamıştır. Bu anlamda *BirGün*'ün 'sorumluluk' (32) çerçevesini en çok kullanan gazete olduğu görülmüştür. *BirGün* gazetesinin haberlerinde, Sarı Yelekliler hareketinin geçmişi ve önceki eylemlerin bilgilerine sık sık yer verdiği, bu anlamda okuyucuya daha detaylı bir haber sunmaya çalıştığı görülmüştür. 'Polis şiddeti' (44) çerçevesini en çok *BirGün* kullanmıştır. *BirGün*'ün dört haberinde eylemcilerin duruşunu 'direniş' olarak yorumladığı; bu vurguyu da sadece *BirGün*'ün yaptığı görülmüştür. *BirGün* gazetesinin olayları *Cumhuriyet*'ten daha çok 'eylemci taraflı' değerlendirdiği; polis şiddetini öne çıkardığı ve çoğu haberinde Macron hükümetini sürecin sorumlusu olarak vurguladığı görülmüştür.

Süreçte 63 haber yapmış olan *Sabah*, en çok genel çerçeve (119) kullanan gazetedir. *Sabah* özel çerçeveleri 100 kez kullanmıştır. *Sabah* 'insani ilgi' (17) çerçevesini de diğer gazetelere oranla en çok kullanan gazetedir. *Sabah* 'sorumluluk' çerçevesini ise sadece 3 kez kullanmıştır. *Sabah* 'eylemci şiddeti' (34) çerçevesini en çok kullanan gazetedir. Haberlerde olayların ekonomik boyutuna sıklıkla değinen gazetenin, oluşan maddi zararı ve buna dair resmi açıklamalara da geniş yer verdiği; haberlerinde bunları özellikle vurguladığı görülmüştür. *Sabah*'ın eylem sürecine 'devletçi' bir bakış açısıyla yaklaştığı kanaatine varılmıştır. Gazete eylem sürecine dair üç haberinde de Avrupa medyası, Avrupa Birliği (AB) ve Birleşmiş Milletlerin (BM) 'ikiyüzlülüğü' üzerine vurgu yapmış; bu üçünün diğer ülkelerdeki eylemlere yaklaşımla Fransa'daki eylemlere yaklaşımının farklı olduğunu belirtmiştir. Gazete bu noktada Fransız medyasının Gezi Parkı eylemlerini 'barışçıl' nitelediğini; ancak Paris'teki eylemleri ise sert bir dil ile kaleme alarak eylemcileri terörist olarak tanımladığını vurgulamıştır.

Eylemlere dair 43 haber yapmış olan *Sözcü* 88 kez genel, 74 kez de özel çerçeve kullanmıştır. Gazetenin 43 haberinin de nesnel bir dil ile kaleme alındığı değerlendirilmiştir. Gazetenin haberlerinde polis şiddeti (12 çerçeve) ya da eylemci şiddetinden (21 çerçeve) önce olayların genel seyrine değindiği; en çok 'genel durum' (24) çerçevesini kullandığı görülmüştür. *Sözcü*'nün süreç boyunca olaylara *Hürriyet* gibi daha genel çerçeveden, nesnel bir yaklaşımla yaklaştığı; daha çok 'genel durum' çerçevesini kullandığı görülmüştür.

Sarı Yelekliler hareketine dair 41 haber yapmış olan *Star* 91 kez genel, 69 kez de özel çerçeve kullanmıştır. *Star*, diğer gazetelere kıyasla 'insani ilgi' (2) çerçevesini en az kullanan gazetedir. Gazeteler arasında en az özel çerçeve kullanan *Star*, haberlerinde en çok 'genel durum' (31) çerçevesini kullanmıştır.

*Star*, eylemci şiddetini (21 çerçeve), polis şiddetinden (8 çerçeve) daha fazla işlemiştir. *Star* da 'ikiyüzlülük' kelime grubunu, *Sabah* gibi 3 kez kullanmıştır. *Star*, Fransa devletinin ve BM'nin, Gezi Parkı ve Sarı Yelekliler eylemlerine farklı açılardan baktıklarını; ikiyüzlü tavır sergilediklerini vurgulamıştır. *Star* haberlerindeki genel tabloya bakıldığında, *Star*'ın da *Sabah* gibi devletçi bir yaklaşımla süreci izlediği; haberlerde eylemci şiddetini daha fazla vurguladığı; eylemcilerin neden olduğu ekonomik zararın üzerinde durduğu; birçok haberinde eylemlerin sorumlusu olarak Macron hükümetini gösterdiği görülmüştür.

Haber kaynaklarına dair sonuçlar (Tablo 7) incelendiğinde 302 haberde, 172 kez haber ajanslarının kaynak olarak kullanıldığı görülmüştür. Bu yayımlanan haberlerin yarısından çoğuna ajans haberlerinin yön vermiş olma ihtimalinin bulunduğu işaret etmektedir. Zira ajansların da bir kurum olarak belirli şartlara bağlılıkları bulunabilmektedir. Yine ajansa haber gönderen muhabir ve bu haberleri değerlendiren editörlerin de bakış açılarının haberlere yansımış olma ihtimali düşünüldüğünde, haber olay yerinden çıkıp gazetenin basılı haline veya internet sayfalarına gelene kadar birçok farklı çerçeveden geçmiş olabilmektedir. Bu anlamda okuyucuya ulaşan haber ne kadar az el değiştirmişse; o kadar az çerçevelemiş olduğu değerlendirilmektedir. Bu nedenle kaynaklardan beslenen bu gazeteler üzerine yapılan çerçeveleme analizlerinde varılan sonuçların salt o gazetenin bakışı olduğunu düşünmek çok da doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Gazetelerin farklı ajanslara abonelikleri bulunduğu için bir ajanstaki haberi 6 gazetede görmek mümkün olmamıştır. Bu mümkün olsaydı en azından aynı kaynaktan gelen metni, gazetelerin ne şekilde çerçevelediği ortaya konularak, gazetelerin bakış açılarını ve duruşlarını saptamak daha kolay olabilirdi.

Çalışmada *Cumhuriyet*'in 13 haberinin kaynağının kendi muhabiri olduğu görülmüştür. Bu anlamda *Cumhuriyet*'in haberlerinin, kendi yayın çizgisini en aracasız şekilde yansıtmaya ihtimalinin diğerlerine göre daha yüksek olduğu kanaatine varılmıştır. Toplam yayımladığı 40 haberinden sadece üçünün kaynağı kendi muhabiri olan *BirGün*'ün 34 haberle, en çok 'kaynağı belirsiz' haber yayımlayan gazete olduğu görülmüştür. Gazete sadece üç haberini AA'ya dayandırmıştır. Kaynağı belirsiz haberlerin okuyucuda 'güven problemi' yaratacağı varsayımından hareketle, *BirGün*'ün haberlerinde bu oranın yüksek olacağı kanaatine varılmıştır. *Hürriyet*'in 28 haberini AA'dan kullandığı; 'AA'yı en çok kullanan gazete' olduğu görülmüştür. *Hürriyet*'in hiçbir haberinde kendi muhabirinin olmayışı dikkat çekicidir. 63 haber yayımlamış olan *Sabah*'ın 27 haber kaynağının belirsiz olduğu görülmüştür. Bu anlamda *BirGün*'den sonra kaynağı belirsiz en çok haberi bulunan gazete *Sabah*'tır. Gazetelerin haber kaynakları değerlendirildiğinde haberleri daha çok ajanslardan aldıkları görülmüştür. Türk nüfusunun da yoğun olduğu Paris gibi kilit bir şehirdeki bu toplumsal harekete dair haberlerin ajanslar üzerinden sağlanıyor olmasının; gazetelerin ekonomik gerekçelerle bölgeye muhabir gönderemeyişinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Gazetelerin *Twitter* hesaplarında araştırmaya esas tarihler arasındaki “Sarı Yelekliler” anahtar kelimesiyle paylaşımları, yine *Twitter*’ın detaylı arama sayfasından tespit edilmiştir. Yapılan incelemede Sarı Yelekliler eylemleriyle alakalı 46 haber yapmış olan *Cumhuriyet*’in 47; 40 haber yapmış olan *BirGün*’ün ise 34 *tweet* paylaştığı görülmüştür. Daha ilk eylemi ile gerek Fransa gerekse Dünya gündeminde yer eden eylemlere dair *Cumhuriyet* ve *BirGün* dışında diğer gazetelerin haberlerini *Twitter*’da yeterince duyurmadığı; bu sosyal medya kanalını etkin kullanmadıkları görülmüştür.

Gazeteler Sarı Yelekliler eylemlerine dair bir aylık süreçte 40 -69 arası haber sunmuştur. Gazetelerin genel çerçeveler bağlamında eylemlerdeki ‘ekonomi’ ögesine vurgu yaparak en çok ‘ekonomik sonuçlar’ çerçevesini kullandıkları görülmüştür. Özel çerçeveler açısından haberlere yaklaşıldığında *BirGün*, *Cumhuriyet*, *Hürriyet* ve *Sabah* gazetelerinin en çok ‘şiddeti’; *Sözcü* ve *Star*’ın ise ‘genel durumu’ çerçeveledikleri görülmüştür. Gazetelerin haber başlıklarında, olayı genel itibarıyla ortaya koyan betimleyici haber başlıklarını tercih ettikleri; haberleri de epizodik haber çerçeveleriyle aktardıkları dikkati çekmiştir. Haberlerinde ağırlıklı olarak nesnel bir dil kullanan gazetelerin, en çok ajanslardan beslendikleri; haberleri ise fotoğraf ağırlıklı sundukları saptanmıştır.

Yapılan araştırmada büyük oranda haber ajanslarını kaynak almış olan gazetelerin, haberleri aktarırken bazı öğeleri ön plana çıkarttıkları; bazılarını ya hiç kullanmadıkları ya da daha pasif işlediği görülmüştür. Okurun zihninde bir algı oluşturmak; onu bir kanaate inandırmak ya da bir eyleme sevk etmek için kullanılan çerçevelerin, araştırılan haberlerde yoğun şekilde kullanıldığı görülmüştür. Yeni medyanın yayıncı ve okura sağladığı geniş hareket sahasında bu avantajı değerlendiren gazeteler, çerçevelerini fotoğraf, video ve grafiklerle destekleyerek okurun zihninde görsel olarak da iz bırakmaya çalışmaktadırlar. Haberleri tek bir medyadan takip eden bir okurun, gazetenin çerçeveler aracılığıyla oluşturduğu algı doğrultusunda düşünüp, olayları buna göre yorumlama ihtimali büyüktür. Okur, çok az bir zaman ve enerji harcıyıp yeni medya taraması yaparak diğer medya kurumlarının haberlerini incelediğinde, zihnine hücum eden çerçevelerin etkisinden de kurtulmayı başaracaktır.

## Kaynakça

- Arama, V. (14 Kasım 2019). “Un An de Gilets Jaunes: L’Heure du Bilan Judiciaire”. *Le Point*. [https://www.lepoint.fr/justice/un-an-de-gilets-jaunes-l-heure-du-bilan-judiciaire-14-11-2019-2347359\\_2386.php](https://www.lepoint.fr/justice/un-an-de-gilets-jaunes-l-heure-du-bilan-judiciaire-14-11-2019-2347359_2386.php). 25 Aralık 2019.
- Bateson, G. (1972). *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Benford, R. D. ve Snow, D. A. (2000). “Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment”. *Annual Review of Sociology*. 26. 611-639.
- Castells, M. (2013). *İsyan ve Umut Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*.

İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

- Entman, R. (1991). "Framing U.S. Coverage of International News: Contrast in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents". *Journal of Communication*. 41. 6-27. doi:10.1111/j.1460-2466.1991.tb02328.x.
- (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication*. 43(4). 51-58.
- Fleming, T. (2000). *Habermas, Democracy and Civil Society: Unearthing the Social in Transformation Theory*.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harvard University Press.
- Iyengar, S. (1994). *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kaplan, Z. (1 Aralık 2018). "BM, Fransa İçin Harekete Geçmedi". *Star.com.tr*. <https://www.star.com.tr/pazar/bm-fransa-icin-harekete-gecmadi-haber-1412787/>. 23 Aralık 2019.
- Karaca, K. (17 Kasım 2019). "Sarı Yelekliler 1 Yaşında". *DW*. <https://www.dw.com/tr/sar%C4%B1-yelekliler-1-ya%C5%9F%C4%B1nda/a-51283005>. 23 Aralık 2019.
- Le Progrès*. (15 Kasım 2019). "Les Gilets Jaunes ont Coûté 2,5 Milliards d'Euros à la France". <https://www.leprogres.fr/france-monde/2019/11/15/les-gilets-jaunes-ont-coute-2-5-milliars-d-euros-a-la-france>. 25 Aralık 2019.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- McCarthy, J. D. ve Zald, M. N. (1977). "Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory". *American Journal of Sociology*. 82. 1212-1241.
- Melucci, A. (1991). "Toplumsal Hareketler ve Gündelik Yaşamın Demokratikleşmesi". *Birikim Dergisi*. 24. 55-58.
- Neuman, W. R., Just, M. R., Crigler, A. N. (1992). *Common Knowledge: News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sabah*. (11 Aralık 2018). "Fransız Basınından Çifte Standart! Gezi Provokasyonu İçin Barışçıl Eylemler Derken...". <https://www.sabah.com.tr/avrupa/2018/12/11/fransiz-basinindan-cifte-standart-gezi-provokasyonu-icin-bariscil-eylemler-derken>. 31 Aralık 2019.
- Star.com.tr*. (26 Kasım 2018). "Gezi'ye Demokrat Paris'e Fransız!". <https://www.star.com.tr/dunya/geziye-demokrat-parise-fransiz-haber-1410502/.1> Ocak 2020.
- StatCounter*. (tarih yok). "Social Media Stats: France". *StatCounter Global Stats*. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/france/>. 25 Aralık 2019.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in Construction of Reality*. New York:

- Free Press. <https://www.worldcat.org/title/making-news-a-study-in-the-construction-of-reality/oclc/560527886> adresinden erişildi.
- Uyar, D. (4 Aralık 2018). "Fransa'nın Lidersiz Örgütlüleri "Sarı Yelekler" Kim? Ne İstiyorlar?". *Bianet*. <https://www.bianet.org/bianet/emek/203186-fransanin-lidersiz-orgutluleri-sari-yelekler-kim-ne-istiyorlar>. 4 Mart 2019.
- Valkenburg, P., Semetko, H., Claes, H. (1999). "The Effects of News Frames on Readers". *Communication Research-COMMUN RES.* 26. 550-569. doi:10.1177/009365099026005002.
- Yıldırım, M. (29 Mayıs 2019). "Sarı Yelekliler İsyanı". *UGSAM*. <http://ugsam.org/sari-yelekliler-isyani/>.

